

**KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS
TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU
DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam
Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

**Ayu Ashilawati
NPM : 1741010126**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/ 2021 M**

**KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS
TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU
DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam
Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

**Ayu Ashilawati
NPM : 1741010126**

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dosen Pembimbing

Pembimbing I : Dr. Jasmadi, M.Ag

Pembimbing II : Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I.



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/ 2021 M**

ABSTRAK

Budaya Korea atau Hallyu sudah sejak sama menduduki popularitas nya di Asia bahkan dunia, termasuk juga masyarakat muslim di Indonesia yang banyak menggemari Hallyu, dunia khayalan yang cenderung mengharapakan sesuatu yang sempurna dari idola dan drama-drama nya, sehingga terjadi ketimpangan antara apa yang diharapkan dengan realita nya didalam kehidupan yang menurut agama islam itu sendiri sesuatu yang berlebihan itu tidak baik apalagi sampai mengganggu ibadah seorang muslim. Oleh karena itu salah satu upaya untuk merubah pola pikir, perilaku, dan kebiasaan adalah dengan cara berhijrah yaitu meninggalkan kebiasaan buruk menuju kebiasaan yang teratur, disiplin dan terarah karena hijrah sendiri penting dalam islam artinya ketika hidup dalam dunia yang kurang pas maka siapapun harus segera berhijrah dan bertaubat kepada Allah sesuai ajaran agama Islam. Latar belakang penulis mengambil penelitian ini adalah banyaknya masyarakat Indonesia yang masih mengikuti budaya korea, mulai dari drama, musik, serta pakaian yang membuat masyarakat muslim di Indonesia lalai dari ibadah dan tanggung jawabnya. Menurut pengamatan peneliti ada akun yang cocok dalam mengarahkan masyarakat muslim yang terjebak dalam dunia hallyu menuju hijrah kembali kejalan yang benar. Akun @xkwavers khusus membuat konten pesan dakwah bagi masyarakat muslim yang ingin berhijrah serta mengajak masyarakat Indonesia untuk meninggalkan kebiasaan yang tidak berguna. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah untuk mengetahui pesan dakwah pada akun tersebut sudah dapat dimengerti oleh masyarakat muslim di Indonesia. Dalam pengumpulan dan olah data nya penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan sifat penelitian nya adalah deskriptif analisis karena penulis meneliti analisis tentang isi konten-konten video dan foto yang didalamnya terkandung pesan dakwah. Sumber data primer yang penulis ambil adalah unggahan yang terdapat dalam akun @xkwavers, sedangkan sumber data sekunder menggunakan komentar yang di tinggalkan pada postingan di akun @xkwavers serta mengambil dari artikel/jurnal, buku-buku, dan situs internet. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, dokumentasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah konten pesan dakwah pada akun @xkwavers dapat mempengaruhi seseorang untuk berhijrah dari dunia hallyu yang disebarakan oleh akun @xkwavers

dalam bentuk konten-konten dakwah yang menarik pengikutnya serta banyak mendapat respon positif dari pengikutnya untuk hijrah secara sukarela atau atas kemauan sendiri tanpa harus memaksa dan menggurui.



ABSTRACT

Korean culture or Hallyu has since occupied its popularity in Asia and even the world, including the Muslim community in Indonesia who are fond of Hallyu, an imaginary world that tends to expect something perfect from idols and their dramas, resulting in an imbalance between what is expected and The reality is that in life, according to Islam itself, anything that is excessive is not good, especially to the point of disturbing the worship of a Muslim. Therefore, one of the efforts to change mindsets, behavior, and habits is to emigrate, which is to leave bad habits towards regular, disciplined and directed habits because hijrah itself is important in Islam, meaning that when living in a world that does not fit, anyone must immediately emigrate. and repent to Allah according to the teachings of Islam. The author's background in taking this research is the number of Indonesian people who still follow Korean culture, ranging from drama, music, and clothing that make Muslim communities in Indonesia neglect their worship and responsibilities. According to the researcher's observations, there is a suitable account in directing the Muslim community who is trapped in the hallyu world towards moving back to the right path. The @xkwavers account specifically creates content for da'wah messages for Muslim communities who want to emigrate and invites Indonesians to leave useless habits. Based on the background of the problem, the research objective to be achieved is to find out the message of da'wah on the account can be understood by the Muslim community in Indonesia. In collecting and processing the data, the writer uses a qualitative descriptive type of research, with the nature of the research being descriptive analysis because the author examines the analysis of the content of video and photo content which contains da'wah messages. The primary data source that the author takes is the upload contained in the @xkwavers account, while the secondary data source uses comments left on posts on the @xkwavers account and takes from articles/journals, books, and internet sites. Data collection techniques using the method of observation, documentation, interviews and literature study. The results of this study are the content of da'wah messages on the @xkwavers account can influence someone to

emigrate from the hallyu world which is spread by the @xkwavers account in the form of da'wah content that attracts followers and gets a lot of positive responses from followers to migrate voluntarily or of their own accord. without having to force and patronize.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Ashilawati

NPM : 1741010126

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau sadurn dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka saya tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Bandar Lampung, 08 April 2021

Penulis,



Ayu Ashilawati

1741010126



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**KONTEN AKUN INSTAGRAM
@XKWAVERS TENTANG HIJRAH
DARI DUNIA HALLYU DALAM
ANALISIS PESAN DAKWAH**

Nama Mahasiswa

Ayu Ashilawati

NPM

1741010126

Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas

Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang
Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung
Bandar Lampung, 28 Mei 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Jasradi, M.Ag.

Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I.

NIP.196106181990031003

NIP.197209211998032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si

NIP. 197209291998031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH”** disusun oleh Ayu Ashilawati, NPM: 1741010126, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada : Hari/Tanggal: Jumat, 28 Mei 2021, Waktu: 8.30 10.00 WIB, Ruangan : Ruang Sidang Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

TIM MUNAQSYAH

Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I (.....)

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd (.....)

Penguji Utama : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si. (.....)

Penguji I : Dr. Jasmadi, M.Ag (.....)

Penguji II : Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I. (.....)

Dekan

Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP. 196104091990031002



MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ ذَائِقَةُ الْمَوْتِ ۖ وَإِنَّمَا تُوَفَّقُونَ أُجُورَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۚ
فَمَنْ زُحِرَ عَنِ النَّارِ وَأُدْخِلَ الْجَنَّةَ فَقَدْ فَازَ ۚ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا
إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

“Tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. Dan sesungguhnya pada hari kiamat sajalah disempurnakan pahalamu. Barangsiapa dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke dalam surga, maka sungguh ia telah beruntung. Kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan”

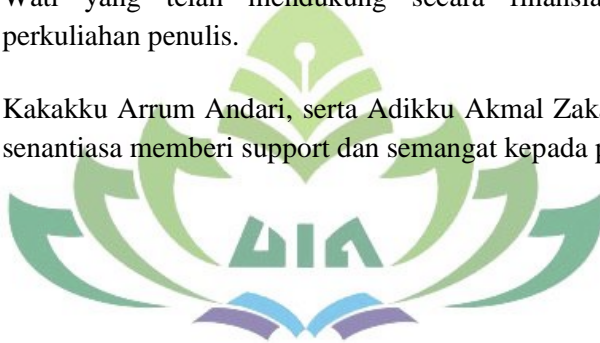
(QS. Ali-Imran: 185)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya. Karya tulis ini penulis persembahkan sebagai ungkapan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Djoko dan Ibu Eliza yang telah melahirkan saya dengan keadaan sehat, dan menjadi pribadi baik. Terimakasih atas doa, pengorbanan dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Paman Yun Andrianto, Tante Elizar, Tante Elmi Wati yang telah mendukung secara finansial dalam perkuliahan penulis.
3. Kakakku Arrum Andari, serta Adikku Akmal Zakaria yang senantiasa memberi support dan semangat kepada penulis.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Ayu Ashilawati lahir pada tanggal 30 Maret 1999 di Seputih Mataram. Anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Djoko Wiyono dan Ibu Eliza.

Riwayat pendidikan yang penulis tempuh yaitu: TK Gula Putih Mataram lulus pada tahun 2005. MIN 3 Lampung Timur lulus pada tahun 2012. SMPN 1 Way Jepara lulus pada tahun 2015. SMAN 1 Way Jepara lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan studi S1 di UIN Raden Intan Lampung dengan mengambil jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada tahun 2017 masuk melalui jalur UM- PTKIN. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi anggota dalam Organisasi UKM-F Rumah Film KPI tahun 2017-2020



Bandar Lampung, 08 April 2021

Yang Membuat,

Ayu Ashilawati

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH”

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, dan semoga kita kelak mendapatkan syafaatnya dihari akhir kelak. Amin.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, FDIK, UIN Raden Intan Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, motivasi, serta bimbingan dari pihak- pihak terkait. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syarifudin, S.Ag, M.Si Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Jasmadi, M.Ag selaku pembimbing satu, dan Ibu Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I selaku pembimbing dua dalam penulisan skripsi ini yang telah sabar membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen maupun karyawan seluruh Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu

- Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Ustadz Fuadh Naim sebagai pembuat akun telah memberikan izin dan memberikan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian pada akun *Instagram* nya.
 6. Teman-teman semasa dibangku SMA, Awang Bayu Arirang, Clara Firhan Asyifa, Ummu Havizahra, Syafri Khumairoh, Ketut Herlin, Feni Septia yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
 7. Kepada Adelika Cahayu, Asti Mifta, Tara Junita, Amara yang selalu membantu saya ketika membutuhkan bantuan atau masukan dan Seluruh teman-teman KPI C angkatan 2017, terimakasih telah menemani dan mewarnai hari-hariku selama dikelas dalam empat tahun ini.
 8. Kepada rekan-rekan Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rumah Film KPI yang saya sayangi.
 9. Seluruh petugas akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik.
 10. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Semoga atas segala bantuan dan dukungan dari semua pihak dapat memberikan manfaat dan menjadi catatan amal disisi Allah SWT.
Amin.

Bandar Lampung, 08 April 2021
Yang Membuat,

Ayu Ashilawati

MOTTO

كُلُّ نَفْسٍ ذَائِقَةُ الْمَوْتِ ۖ وَإِنَّمَا تُوَفَّقُونَ أُجُورَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۚ
فَمَنْ زُحِرَ عَنِ النَّارِ وَأُدْخِلَ الْجَنَّةَ فَقَدْ فَازَ ۚ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا
إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

“Tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. Dan sesungguhnya pada hari kiamat sajalah disempurnakan pahalamu. Barangsiapa dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke dalam surga, maka sungguh ia telah beruntung. Kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan”

(QS. Ali-Imran: 185)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan sebaik-baiknya. Karya tulis ini penulis persembahkan sebagai ungkapan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Djoko dan Ibu Eliza yang telah melahirkan saya dengan keadaan sehat, dan menjadi pribadi baik. Terimakasih atas doa, pengorbanan dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Paman Yun Andrianto, Tante Elizar, Tante Elmi Wati yang telah mendukung secara finansial dalam perkuliahan penulis.
3. Kakakku Arrum Andari, serta Adikku Akmal Zakaria yang senantiasa memberi support dan semangat kepada penulis.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Ayu Ashilawati lahir pada tanggal 30 Maret 1999 di Seputih Mataram. Anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Djoko Wiyono dan Ibu Eliza.

Riwayat pendidikan yang penulis tempuh yaitu: TK Gula Putih Mataram lulus pada tahun 2005. MIN 3 Lampung Timur lulus pada tahun 2012. SMPN 1 Way Jepara lulus pada tahun 2015. SMAN 1 Way Jepara lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan studi S1 di UIN Raden Intan Lampung dengan mengambil jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada tahun 2017 masuk melalui jalur UM- PTKIN. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi anggota dalam Organisasi UKM-F Rumah Film KPI tahun 2017-2020



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH”

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, dan semoga kita kelak mendapatkan syafaatnya dihari akhir kelak. Amin.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, FDIK, UIN Raden Intan Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, motivasi, serta bimbingan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syarifudin, S.Ag, M.Si Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Jasmadi, M.Ag selaku pembimbing satu, dan Ibu Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I selaku pembimbing dua dalam penulisan skripsi ini yang telah sabar membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen maupun karyawan seluruh Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu

- Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Ustadz Fuadh Naim sebagai pembuat akun telah memberikan izin dan memberikan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian pada akun *Instagram* nya.
 6. Teman-teman semasa dibangku SMA, Awang Bayu Arirang, Clara Firhan Asyifa, Ummu Havizahra, Syafri Khumairoh, Ketut Herlin, Feni Septia yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
 7. Kepada Adelika Cahayu, Asti Mifta, Tara Junita, Amara yang selalu membantu saya ketika membutuhkan bantuan atau masukan dan Seluruh teman-teman KPI C angkatan 2017, terimakasih telah menemani dan mewarnai hari-hariku selama dikelas dalam empat tahun ini.
 8. Kepada rekan-rekan Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rumah Film KPI yang saya sayangi.
 9. Seluruh petugas akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik.
 10. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Semoga atas segala bantuan dan dukungan dari semua pihak dapat memberikan manfaat dan menjadi catatan amal disisi Allah SWT. Amin.

Bandar Lampung, 08 April 2021
Yang Membuat,

Ayu Ashilawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN.....	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	5
C. Fokus dan sub-fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat penelitian	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	17

BAB II PESAN DAKWAH PADA MEDIA INSTAGRAM

A. Pesan Dakwah	18
1. Pengertian Pesan Dakwah	18
2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah	19
3. Tema-Tema atau Isi Pesan Dakwah	22
4. Tujuan Pesan Dakwah	23
5. Karakteristik Pesan Dakwah	24
B. Media Instagram	26
1. Pengertian Media Instagram	26
2. Fitur-Fitur Instagram	29
3. Fungsi, Manfaat dan Tujuan Instagram	31

BAB III DESKRIPSI AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS

A. Profil Akun @xkwavers dan perkembangannya	32
1. Gambaran Umum Akun @xkwavers	33

2. Pengguna Akun Instagram.....	34
B. Sejarah Akun @xkwavers	35
C. Konten dalam Akun @xkwavers	38
1. Tema Pesan Dakwah Pada akun @xkwavers	39
2. Pesan Dakwah Hijrah dari Dunia Hallyu	42
3. Tanggapan Pengikut Pada Postingan Instagram ..	46
D. Fungsi, Manfaat dan Tujuan Akun @xkwavers	52

BAB IV KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH

A. Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @xkwavers	54
B. Respon Pengikut Pada Kolom Komentar Terhadap ... Pesan Dakwah yang disampaikan oleh akun	69
@xkwavers	

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	73
B. Rekomendasi	73

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sumber Data Primer	13
Tabel 3.2 Contoh Isi Unggahan Berupa Foto	43
Tabel 3.3 Contoh Isi Unggahan Berupa Video	45
Tabel 3.4 Screenshot Komentar Positif	47
Tabel 3.5 Screenshot Komentar Negatif	50
Tabel 3.6 Temuan Penelitian	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Screenshot Tampilan Akun @xkwavers	32
Gambar 3.2 Screenshot Tampilan Postingan Akun @xkwavers	33
Gambar 3.3 Screenshot Data Statistik Umur	34
Gambar 3.4 Screenshot Data Statistik Jenis Kelamin Pengikut	34
Gambar 3.5 Screenshot Data Statistik Lokasi Pengikut Terbanyak	35
Gambar 3.6 Logo Akun @xkwavers	35
Gambar 3.7 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah	39
Gambar 3.8 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akidah	39
Gambar 3.9 Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah	40
Gambar 3.10 Unggahan Yang Mengandung Pesan Syariah	41
Gambar 3.11 Unggahan Yang Mengandung Pesan Akhlak	42
Gambar 3.12 Diagram persentase data yang sudah berhijrah	69
Gambar 3.13 Diagram persentase keberhasilan akun dalam berdakwah	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	76
Lampiran 2 Data Statistik Akun Instagram @xkwavers.....	77
Lampiran 3 Screenshot Wawancara Online Admin Akun Via Instagram dan Whatsapp.....	78
Lampiran 4 Screenshot Wawancara Online Pemilik Akun Via Telegram.....	85
Lampiran 5 Hasil Analisis / Temuan Penelitian	87
Lampiran 6 Data Pendukung	89
Lampiran 7 Data Responden / Informan	92



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan maksud dari judul proposal ini supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca dalam memahami judul tersebut. proposal ini berjudul “ **KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH**”. Adapun penjelasan secara singkat nya adalah sebagai berikut.

Konten (*content*) secara bahasa artinya isi. Dalam kerangka komunikasi dan media, konten adalah pesan atau informasi yang disampaikan melalui sebuah media, utama yaitu media online. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium, seperti internet, televisi, CD audio, bahkan dapat dilakukan secara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung¹. Istilah konten digunakan untuk mengidentifikasikan beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Akun (*Account*) adalah Tempat yang disediakan untuk yang telah terdaftar di situs itu untuk mendapatkan fasilitas dari situs penyedia akun tersebut berupa data tentang seseorang, minimal terdiri dari *username* dan *password*². *Account* atau akun merupakan data diri atau identitas virtual seseorang di dunia maya. Sebagai contoh *account* itu seperti memiliki *email*, *facebook*, *blogger*, atau yang lainnya itulah yang disebut

¹ Feri Sulianta *Konten Internet*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2007),12

² Hilyah Nurhasanah “Pengertian istilah-istilah dalam internet”
blogspot.com, 2011 <http://hilyahnh.blogspot.com/2011/10/pengertian-istilah-istilah-dalam.html>

memiliki akun. Akun biasanya digunakan untuk tujuan tertentu misalnya mengirim pesan yang dapat berupa teks, file gambar, suara, atau video. Lebih jelasnya akun digunakan untuk akses berkomunikasi.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan di jejaring sosial, termasuk *Instagram* sendiri³. Pada awal munculnya *instagram*, yaitu pada tanggal 6 Oktober 2010, *Instagram* hanya dirilis khusus untuk pengguna iOS. Setelah sukses dan diunduh sebanyak satu juta pengguna, media sosial itu pun kembali merilis versi Android tepatnya pada 3 April 2012.

Konten Akun *Instagram* adalah sebuah kalimat yang menjelaskan suatu konten berisi pesan atau informasi yang kemudian disebarkan melalui akun yang terdapat pada media sosial *instagram* @xkwavers untuk suatu identitas penyebar pesan atau informasi tersebut, sehingga dapat disebarluaskan.

Hijrah Secara bahasa, kata hijrah (الهجرة) berasal dari bahasa Arab, haajaro – yuhaajiru – muhajarotan wa hijrotan (هاجر - مهاجرة وهجرة - يهاجر). Di mana kata ini berasal dari akar kata hajaro - yahjuru – hajron (هجر - يهجر - هجر) yang bermakna meninggalkan (at-tarku), berpaling (al-i'rodh), memutus (al-qoth'u) dan menahan (al-man'u).⁴ Sedangkan jika istilah hijrah dimaknai secara terminologis, khususnya dalam terminologi Islam (makna syar'i), maka ia bermakna meninggalkan sesuatu atas dasar untuk melakukan taqorrub (mendekatkan diri)

³ Witanti Prihatiningsih “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja” *Jurnal Communication* VIII, No. 1, (2017) <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/651/543>

⁴ Isnan Ansory, *Hijrah Dalam Perspektif Fiqih Islam* (Jakarta Selatan : Rumah Fiqih Publishing 2020), 8

kepada Allah⁵. Hijrah menjadi istilah yang akhir-akhir ini banyak dibicarakan oleh berbagai kalangan. Secara harfiah, 'hijrah' berarti 'pindah atau bergerak dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Secara singkat hijrah adalah bagaimana cara mengubah diri sendiri saat ini menjadi diri yang lebih baik di masa mendatang.

Hallyu (Gelombang Korea) adalah Istilah yang kini merujuk pada popularitas hiburan dan budaya Korea di Asia dan daerah lain di dunia, Hallyu atau “Gelombang Korea” muncul pada pertengahan 1990an setelah Korea mengadakan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992, kemudian Drama TV Korea serta musik popnya yang mendapatkan popularitas di antara komunitas berbahasa Cina. Musik pop Korea terutama musik tarinya mulai dikenal masyarakat Tionghoa setelah diperkenalkan pada awal tahun 1997 oleh program radio bernama *Seoul Music Room*, di Beijing. Saat menentukan yang membuat budaya pop Korea berkobar di Tiongkok adalah konser *boyband* bernama *H.O.T* yang diselenggarakan di Beijing *Workers' Gymnasium*, Februari 2000. Laporan berita Korea memakai istilah Hallyu atau Gelombang Korea untuk menggambarkan konser ini. Gelombang Korea dikenal di dalam sebuah artikel terbitan *Beijing Youth Daily* pada awal November 1999 yang kemudian dikenal oleh masyarakat Korea hingga kini⁶. Menurut berita yang dirilis CNN Indonesia pada tanggal 10 Januari 2019 di Indonesia termasuk kedalam top 5 besar penggemar budaya Korea di dunia, sekitar 9,9% populasi penduduk di Indonesia yang menjadi penggemar budaya Korea

Hijrah dari Dunia Hallyu adalah suatu tindakan untuk meninggalkan sesuatu yang tidak bermanfaat yaitu gelombang

⁵ *Ibid.*, 9

⁶ MOFA (Ministry of Foreign Affairs) “Hallyu : Gelombang Korea (Korean Wave)” *Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia*
https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do

korea yang di dalam nya terdapat hiburan-hiburan semata yang membuat umat lalai dari kewajibanya sebagai seorang muslim.

Analisis diambil dari bahasa Inggris “*analysis*” yang secara etimologis berasal dari bahasa Yunani kuno “*ἀνάλυσις*” (dibaca *Analusis*). Kata *Analusis* terdiri dari dua suku kata, yaitu “*ana*” yang artinya kembali, dan “*luein*” yang artinya melepas atau mengurai⁷. Bila digabungkan maka kata tersebut memiliki arti menguraikan kembali. Menurut asal katanya itu, analisis berarti proses memecah topik atau makna yang rumit menjadi bagian-bagian yang lebih kecil atau sederhana untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Jadi pengertian analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, dan memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari hubungannya lalu diuraikan maknanya.

Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Quran dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan ahlak dengan sebagaimana cabang ilmu yang di perolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan da’i kepada mad’u yang bersumber dari agama Islam⁸. Pesan Dakwah juga adalah ilmu yang membahas tentang proses penerimaan, pengolahan, dan penyampaian ajaran Islam untuk merubah perilaku individu, kelompok, dan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam⁹. Jadi pesan dakwah adalah suatu isi pesan yang bersifat berdakwah komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam bergantung pada tujuan dakwah

⁷ M Prawiro “Pengertian Analisis: Memahami Apa Itu Analisis dan Penggunaannya Dalam Istilah” Maxmanroe.com, 2020, <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-analisis.html>

⁸ Jamaludin Kafi, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1997), 35

⁹ Enjang & Aliyudin, *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung : Widya Padjadjaran, 2009), 25.

yang di capai sudah menjadi doktrin dan komitmen bahkan setiap muslim wajib berdakwah, baik itu secara perorangan ataupun dengan orang banyak, Berdasarkan cara penyampaianya pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media, oleh karena itu dakwah harus terus di lakukan.

Analisis Pesan Dakwah adalah suatu tindakan untuk menguraikan kembali, memecah-mecah topik atau makna yang rumit untuk dijelaskan isi pesan dakwah yang terdapat pada akun *instagram* @xkwavers yang membahas tentang penyampaiaan ajaran Islam untuk mengubah suatu individu.

Berdasarkan uraian diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa konten-konten yang ada pada postingan akun *Instagram* @xkwavers memuat pesan-pesan yang didalam nya terkandung pesan dakwah untuk mengajak seseorang berdakwah dan berhijrah dari dunia hallyu atau gelombang korea. Pesan dakwah yang disebarkan melalui media sosial *instaram* ini sangat unik karena dengan unggahan-unggahannya yang di tampilkan pada *feeds instagram* tersebut, sehingga membuat orang yang melihatnya merasa tertarik. Jadi pesan dakwah ialah suatu isi pesan yang bersifat berdakwah komunikasi secara nonverbal dan efektif terhadap penerima dakwah. Penerima dakwah yang dimaksud adalah umat muslim yang kecintaan nya terhadap dunia Hallyu atau budaya korea dan media dakwah nya melalui media sosial *instagram*.

B. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah suatu kegiatan untuk mengajak dan menyeru manusia untuk beriman kepada Allah swt (Islam). Banyak cara yang bisa dilakukan dalam berdakwah, terlebih lagi di jaman yang serba modern ini, komunikasi informasi menjadi satu hal yang sangat penting sebagai alat dalam berdakwah,

dengan bermacam kemudahan yang sudah ada, sehingga setiap orang dapat dengan mudah untuk membagikan pesan-pesan dakwah Islamiyah. Islam merupakan tata nilai yang bergerak di antara keharusan ajaran dan alur kebudayaan. Karena itu, dakwah dilakukan dengan senantiasa mempertimbangkan aspek-aspek kebudayaan dan adat istiadat yang sudah ada, selain aspek ajaran yang menjadi substansi informasi dalam proses tersebut.

Dakwah Islam sendiri, pada hakikatnya merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia untuk melakukan proses rekayasa sosial melalui usaha mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan berperilaku sesuai dengan tuntutan sosial dan norma ajaran¹⁰. Pada jaman sekarang internet seolah menjadi kebutuhan primer pada manusia karena memenuhi hampir seluruh kebutuhan kehidupan mereka. Mulai dari hal yang paling kecil hingga hal yang cukup rumit semua dapat dikendalikan dan dikerjakan dengan bantuan internet. Dengan menggunakan internet masyarakat dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan melalui media sosial, seperti *instagram*.

Akses media sosial kini menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap manusia. Itu disebabkan oleh adanya kebutuhan manusia untuk mendapatkan berita, informasi, hiburan, pendidikan, ataupun akses pengetahuan dari belahan bumi berbeda secara instan. Kemajuan teknologi serta canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri-industri di dunia seperti halnya dunia yang terlihat dalam genggamannya. Istilah ini juga sejajar dengan apa yang diutarakan oleh *Thomas L. Friedman sebagai the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber mana pun, sebagaimana diulas *Richard Hunter* dengan

¹⁰Anas, Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. (Semarang: Pustaka Rizki Putra 2002) h. 2

world without secrets bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka¹¹.

Bila diamati, pada saat ini telah berkembang beragam situs media sosial di internet, seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan lain sebagainya. Keunggulan dari situs atau aplikasi media sosial adalah desain *multi platform*, yaitu dapat diakses dan terhubung di berbagai perangkat digital. Pada saat ini sekitar 171 juta penduduk Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet, terdapat 142 juta pengguna yang merupakan pelanggan internet *mobile*¹². Di era sekarang ini masyarakat sudah kecanduan dalam menggunakan *gadget* atau *handphone* untuk mengakses segala informasi dengan mudah dan cepat. Bahkan teknologi yang ada sekarang sudah menjadi salah satu teman sehari-hari dalam kondisi apapun, dan dimanapun. Sebagai ruang sosial baru, internet memiliki peluang yang sama dalam memfasilitasi gerakan-gerakan sosial, termasuk gerakan sosial keagamaan. Dalam Islam, gerakan sosial keagamaan diperlihatkan melalui etos dakwah¹³.

Media sosial tidak terlepas dari sisi pesan negatif, banyak kejahatan yang dilakukan akibat penyalahgunaan media sosial, seperti penipuan, penculikan bahkan pembunuhan dan yang marak pobia, akan tetapi media sosial juga memiliki banyak sisi pesan positif jika diarahkan pada pesan-pesan dakwah, terutama pesan-pesan yang berkaitan dengan umat muslim di Indonesia yaitu tentang hijrah dari dunia hiburan Korea. Media sosial memiliki banyak kekuatan yang membuatnya sangat penting dan

¹¹ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, *Media Sosial* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 1

¹² Gun Gun Heryanto dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) Cetakan Ke-1, 57

¹³ Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) Cetakan Ke-1, 186

digemari masyarakat pada masa sekarang ini, dan sangat strategis dalam berdakwah, terutama untuk pencitraan dan pembentukan perilaku Islami dalam bermasyarakat.

Instagram adalah salah satu media sosial yang sering digunakan dan memiliki beragam fitur yang menarik di dalamnya. *Instagram* dapat berperan dalam menyebarkan ajaran Islam dengan cara mengunggah foto maupun video yang disertai deskripsi atau *caption* pesan-pesan oleh sang pemilik akun. Salah satu akun *instagram* yang fokus dalam mengunggah motivasi untuk penggemar hiburan yang berasal dari Negeri Gingseng, yaitu Korea, adalah akun *X Korean Wavers* dengan *uname* @xkwavers, akun ini dibuat untuk merangkul tanpa memukul, memberi solusi tanpa membenci, dan mengatasi halu (halusinasi) kepada “*Hallyu*” (demam Korea), sekaligus menjembatani para penikmat dunia hiburan Korea yang ingin berhijrah untuk menghilangkan rasa fanatisme yang berlebihan. Akun @xkwavers ini mempunyai 62,6 Ribu pengikut dan 225 mulai dari akun dibuat sampai tanggal 9 februari 2021. Akun ini pertama kali mengunggah pada tanggal 31 Agustus 2018. Unggahan akun @xkwavers banyak mengandung pesan dakwah yang memotivasi tentang hijrah dari fanatisme dunia hiburan Korea, dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh kalangan masyarakat

Pesan yang terdapat pada akun *instagram* ini adalah pesan-pesan tentang hijrah dari fanatisme dunia hiburan Korea. Dalam konteks ini, maka dilihat dari unggahan pada akun @xkwavers. Saya menganggap masalah ini menarik untuk diteliti dan dibahas dengan judul skripsi **“KONTEN AKUN INSTAGRAM @XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH”**

C. Fokus Penelitian dan Sub-Fokus Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini maka fokus penelitian nya menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif, tidak berangkat dari teori, tetapi berangkat dari fenomena kenyataan¹⁴. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia¹⁵. Oleh karena itu, fokus penelitian ini memuat pernyataan tentang deskripsi objek pada unggahan konten hijrah dari dunia hallyu, serta sub-fokus penelitian nya adalah analisis penelitian terhadap respon pada komentar di postingan akun @xkwavers dan admin akun @xkwavers yang nantinya akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, dengan mengutamakan penggunaan dokumentasi pada komentar yang ditinggalkan atau wawancara.

D. Rumusan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terarah, berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa pesan dakwah pada akun *instagram* @xkwavers?
2. Bagaimana respon pengikut terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @xkwavers

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah:

1. Untuk mengetahui pesan dakwah pada akun *Instagram* @xkwavers?

¹⁴ Drs. H. Ardial, M.Si *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 251

¹⁵ *Ibid*

2. Untuk mengetahui respon pengikut terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @xkwavers

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan signifikansi penelitian atau tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam jurusan Komunikasi Penyiaran Islam baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan komunikasi Ilmu dakwah atau pesan dakwah serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.
2. Secara praktis dapat memberi informasi kepada masyarakat bahwasanya media sosial Instagram bisa digunakan untuk menyampaikan hal yang positif termasuk berdakwah, agar masyarakat bisa memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin.

Hasil penelitian ini nantinya di harapkan dapat memberikan motivasi dan menambah wawasan Islam bagi mahasiswa dan masyarakat luas, bahwa setiap muslim dapat berperan aktif dalam menyebarkan dakwah melalui media sosial khususnya Instagram, karena pada era modern ini berdakwah bukan hanya bisa dilakukan melalui mimbar saja akan tetapi bisa juga dilakukan melalui media-media sosial yang ada.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian terdahulu penulis temukan ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji. Oleh sebab itu, peneliti melakukan peninjauan

terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya. Adapun penulisan tersebut diantaranya adalah :

1. Skripsi berjudul **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)”** pada tahun 2017, penelitian ini disusun oleh Anwar Sidiq Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Skripsi ini menggunakan penelitian pustaka (*library research*) dengan menggunakan Metode Analisis Isi (*Content Analysis*).

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Anwar Sidiq dengan penulis adalah aspek media yang digunakan yaitu sama sama menggunakan media *Instagram* sebagai media dakwah dan aspek jenis penelitian yang menggunakan penelitian pustaka (*library research*).¹⁶

2. Skripsi Berjudul **“Analisis Pesan Dakwah Aklak Pada Video Akun Instagram @hijabalila”** pada tahun 2018, penelitian ini di susun oleh Nisa Adila Silmi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Skripsi Ini menggunakan Kualitatif Deskriptif untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan metode analisis isi analisis Semiotik. Nisa Adila Silmi melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menggali pesan dakwah yang terdapat pada video akun *instagram @hijabalila*.¹⁷

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adila Silmi dengan penulis adalah sama-sama menggali pesan dakwah yang disampaikan pada akun *Instagram*. Dan perbedaannya terdapat

¹⁶ Anwar Sidiq, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)”, (*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017)

¹⁷ Nisa Adila Silmi, “Analisis Pesan Dakwah Aklak Pada Video Akun Instagram @hijabalila” (*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018)

pada metode penelitian, metode penelitian Nisa Adila Silmi menggunakan jenis analisis semiotik sedangkan penulis menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*)

3. Skripsi Berjudul **“TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM @FUADHBAKH (STUDI KONTEN VIDEO LARANGAN MENGIKUTI KOREAN WAVE)”** pada tahun 2020 oleh Mira Ayu Maulida mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini membahas lebih dalam mengenai larangan yang digunakan sebagai pesan persuasif oleh Fuad Bakh tentang konten Larangan Mengikuti Korean Wave. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Semiotika Roland Barthes tentang konsep Penanda Konotasi dan Denotasi sedangkan penulis menggunakan metode penelitian Analisis isi dengan jenis penelitian pustaka (*library research*). Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti budaya Korea¹⁸

4. Skripsi Berjudul **“Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial”** pada tahun 2015 oleh Inayatul Mahmudah mahasiswa Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta penelitian ini berfokus pada dampak positif dan negatif Korean Pop Exo terhadap penggemar dari perspektif keberfungsian sosial. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah jenis penelitiannya, penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field research* atau penelitian lapangan sedangkan penulis menggunakan penelitian pustaka (*library*

¹⁸ Mira Ayu Maulida “TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM @FUADHBAKH (STUDI KONTEN VIDEO LARANGAN MENGIKUTI KOREAN WAVE)” (*Skripsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2020)

research). Sedangkan persamaan nya adalah sama-sama meneliti budaya korea.¹⁹

5. Skripsi berjudul **“Pesan Dakwah Melalui Video Instagram (analisis isi pesan Dakwah Akun @nunuzoo”** pada tahun 2019 oleh Rifki Rifai mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten. Penelitian ini berfokus pada dampak budaya pop Korea, gaya hidup yang ditiru serta identitas diri mahasiswa UIN Malang terhadap Pop Korea.

Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah objek dan subjek penelitian nya yaitu, objeknya akun *Instagram* dan subjek nya adalah pengikut akun. Dan sama-sama meneliti pesan dakwah.²⁰

H. Metode Penelitian

Metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai yang dikehendaki. Metode penelitian ialah cara-cara berpikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya (hati-hati, kritis dalam mencari fakta, prinsip-prinsip) untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian²¹. Metodologi penelitian yang dimaksud disini adalah cara atau jalan yang dipergunakan dalam suatu penelitian untuk mencapai tujuan yang nantinya akan diperoleh data untuk dapat mendukung penelitian ini. Penulis menggunakan metode sebagai berikut:

¹⁹ Inayatul Mahmudah, “Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial” (*Skripsi* mahasiswa Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)

²⁰ Rifki Rifai, “Pesan Dakwah Melalui Video Instagram (analisis isi pesan Dakwah Akun @nunuzoo” (*Skripsi* mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2019)

²¹ Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015), 2

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian nya, maka penelitian ini digolongkan kedalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis isi. Menurut *Bogdan dan Taylor*, pengertian metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁴

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifat nya penelitian ini bersifat deskriptif analisis karena dalam penelitian ini menunjukkan analisis tentang konten-konten video atau foto yang didalam nya terkandung pesan dakwah. Dimana data yang dikumpulkan berupa teks kemudian dianalisis dan dideskripsikan untuk mendapatkan hasil secara akurat.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian kualitatif, peneliti yang merupakan instrumen penting dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data-data. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian dengan proses memperoleh data nya bersifat apa adanya, dalam arti lain yaitu peneliti tidak menggunakan rumus statistik untuk pengumpulan data penelitian nya akan tetapi menggunakan penafsiran atau menggambarkan segala perspektif dari penelitian tersebut secara ilmiah. Dengan menjelaskan melalui pengumpulan data, yang dalam hal ini ialah pendeskripsian mengenai dakwah yang dilakukan pada akun @xkwavers. Data yang dikumpulkan pada peneliti adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian²². Penulis menggunakan konten yang di unggah oleh akun @xkwavers sebagai sumber data primer. Ada sebanyak 209 gambar yang telah diunggah pada akun @xkwavers, diantara nya berupa Foto, Video, dan IGTV yang didalam nya memuat kutipan kata-kata, cerita dari *x-korean wavers*, serta cerita rasullullah untuk memotivasi pengikut nya dalam berhijrah terhitung dari tanggal 31 Agustus 2018 sampai pada tanggal 4 Desember 2020. Video dan foto yang penulis teliti sebanyak 15 konten.

Berikut ini adalah beberapa data video dan foto *instagram* akun @xkwavers, penulis ambil berdasarkan *view* dan respon pengikut terbanyak pada setiap tema nya serta postingan yang menurut penulis menarik untuk diteliti.

Tabel 1.1 Sumber Data Primer

NO	Tanggal	Judul	Konten
1	15 Oktober 2018	Teruskan atau Tinggalkan	Foto Komik
2	16 Mei 2019	IDOLA	Video Suara
3	31 Mei 2019	Puasa Sambil K-Pop an ?	Foto
4	9 Juli 2019	Di-Dua-In	Video Suara
5	15 Juli 2019	Aku Yang Sok Tahu	Foto
6	6 Agustus 2019	Pengarh Kipop	Foto
7	9 Agustus 2019	Bersama Yang Di Cinta	Video Suara
8	22 Agustus 2019	Yang Penring Korea	Foto

²² *Ibid h. 360*

9	7 Oktober 2019	Fake World	Foto
10	29 November 2019	Perlahan Tapi Pasti	Foto
11	11 Desember 2019	Karena Kita Muslim	Foto
12	8 Maret 2020	Ada Apa Dengan Korea ?	Foto
13	10 April 2020	Jangan Menyerah	Foto
14	20 Juni 2020	I Wanna Hear Your Story	Foto Cerita
15	29 Oktober 2020	Rasullulah itu?	Video IGTV

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan²³. Penulis menggunakan artikel/jurnal buku-buku, majalah, situs dan referensi yang berkaitan untuk menunjang penelitian ini, dan juga penulis menambahkan sumber data dari komentar-komentar pada unggahan yang di unggah di akun @xkwavers

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu kegiatan penelitian, kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data dalam penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data²⁴. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber, sesuai kebutuhan penulisan. Penulis mencari data yang dibutuhkan dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi, metode wawancara dan studi pustaka.

²³Ibid

²⁴ Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 308

a. Metode Observasi

Observasi, peneliti melakukan observasi berupa analisis terhadap subyek penelitian yaitu postingan yang berisi Pesan Dakwah tentang Hijrah, dan mengamati apa isi pesan dakwah yang terkandung pada akun @xkwavers dan mendeskripsikannya melalui tulisan.

b. Metode dokumentasi

Metode ini ialah pengambilan data atau dokumen-dokumen. Berasal dari kata dokumen, yang artinya tertulis, didalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen peraturan-peraturan, notulen rapat, dan sebagainya²⁵. Penulis melihat kembali unggahan pada akun @xkwavers dan mendokumentasikan nya dalam kurun waktu yang ditentukan untuk penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah *Instagram*, yang berarti data yang terdokumentasikan adalah teknik dokumentasi. Metode dokumentasi ini sebagai langkah dalam penelitian dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan unggahan-unggahan yang dimuat dalam akun @xkwavers.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknis yang digunakan oleh peneliti dalam upaya mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan dalam proses pemecahan masalah dengan cara tanya jawab yang di lakukan pada Admin Irma Nita Heranda dan Pembuat Akun @xkwavers Ustadz Fuadh Naim secara Online via Whatsapp dan Telegram.

d. Studi Pustaka

Agar penelitian ini lebih sempurna dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti berusaha menemukan dan mengumpulkan sebanyak mungkin referensi ataupun data

²⁵ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 97

yang ada kaitannya dalam penelitian ini untuk dijadikan referensi dalam penelitian ini seperti: buku, majalah, jurnal, skripsi, penelitian terdahulu, dan internet²⁶. Studi pustaka itu sendiri ialah teknik pengumpulan data dengan cara membaca, melihat, menelaah dan mencatat objek penelitian sebagai bahan yang sesuai pada tujuan penelitian kemudian di saring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis.

5. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini, yang penulis lakukan adalah menganalisis objek yang diteliti dengan menggunakan metode dan model yang akan digunakan dalam penelitian. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi (*content analiys*). Teknik analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat perumusan pada kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks²⁷. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi, media sosial maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian. Maka secara umum analisis isi kualitatif adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi.

Menurut Budd, Thorpe dan Donahw, analisis isi adalah suatu teknik yang sistematis untuk menganalisis makna pesan dan cara mengungkapkan pesan. Dalam pandangan ini, penganalisis tidak hanya tertarik pada pesan, tetapi juga pada

²⁶ *Ibid.*, 2

²⁷ *Ibid.*, 20

pertanyaan-pertanyaan lebih luas tentang proses dan dampak komunikasi.²⁸

Adapun langkah-langkah penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan analisis isi adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis video dan foto pada akun *Instagram* @xkwavers serta konsep pemilik akun dan admin tentang cara menyampaikan pesan dakwah.
- b. Menganalisis komponen pesan dakwah yang terkandung dalam video dan foto *Instagram* akun @xkwavers
- c. Menyusun keseluruhan dari hasil analisis, sehingga mendapatkan gambaran deskriptif berupa isi pesan dakwah, gaya penyampaian yang digunakan, serta respon *followers* akun @xkwavers dalam menanggapi pesan dakwah yang disampaikan.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan tentang alur penulisan skripsi, dan disusun berdasarkan per bab dan sub-sub bab antara lain:

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini merupakan bagian dasar dan merupakan alur pertama dalam penelitian berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II adalah bab yang tentang pesan dakwah pada instagram yaitu pesan dakwah sub bab nya berisi, pengertian

²⁸ Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, (Jogjakarta: Ar-ruzz Media, 2016), 80

pesan dakwah, jenis-jenis pesan dakwah, tema-tema pesan dakwah, tujuan pesan dakwah, dan karakteristik pesan dakwah. Kemudian bagian *Instagram* sub bab nya berisi pengertian *Instagram* sejarah *Instagram* fitur-fitur *Instagram* fungsi manfaat dan tujuan *nstagram*. Kemudian yang terakhir Tinjauan Pustaka.

Bab III berisi objek penelitian yaitu deskripsi akun *instagram* @xkwavers adalah profil akun @xkwavers dan perkembangannya sub bab nya berisi gambaran Umum Akun @xkwavers pengguna Akun *Instagram*, sejarah akun *Instagram* @xkwavers, konten daam akun @xkwavers sub bab nya berisi tema pesan dakwah pada akun @xkwavers, pesan dakwah hijrah dari dunia hallyu, tanggapan pengikut pada postingan *Instagram* serta fungsi, manfaat dan tujuan akun @xkwavers. Bab IV menyajikan analisis data serta temuan penelitian mengenai pesan dakwah dan respon pengikut.

Bab V adalah Penutup yang berisikan Simpulan dari seluruh penelitian dan Rekomendasi dari penulis untuk akun @xkwavers.

BAB II

PESAN DAKWAH PADA INSTAGRAM

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima, pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan dari kepada mad'u²⁹. Pesan dakwah juga berkaitan dengan makna yang diterima oleh seseorang. Maka itu merupakan proses aktif yang diciptakan dari hasil kerja sama antara pengirim pesan dengan penerima pesan, pembicara dengan pendengar, atau penulis dengan pembaca.

Dalam upaya melancarkan komunikasi dakwah, seorang da'i harus berupaya menghindari pengucapan kata-kata yang konotatif. Jika terpaksa harus kita katakan karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung unsur pengertian konotatif itu perlu diberi penjelasan makna yang dimaksudkan³⁰.

Pesan dakwah yang luas dan lengkap, sudah pasti membutuhkan penyaringan dan membuat pengutamaan dengan melihat keadaan dan kondisi masyarakat yang ada, serta menempuh berbagai macam metode pendekatan. Misalnya menggunakan pendekatan substansial, situasional, kondisional dan kontekstual. Demikian itu, pesan-pesan dakwah wajib bersifat manusiawi yang diharapkan mampu melatih perilaku sehari-hari berdasarkan ajaran agama Islam. Maka pesan dakwah pun wajib

²⁹ Prof. Dr. Anwar Arifin *Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 97

³⁰ *Ibid*, 99

memajukan penguasaan dan komodasi manusia dalam aktifitasnya.

Jadi pesan dakwah adalah isi dakwah yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang bersumber dari ajaran agama Islam. Materi dakwah yang bersumber pada ajaran Islam ini telah tertuang pada Al-Qur'an dan dijabarkan dalam hadits, sedangkan penyebarannya mencakup seluruh kultur Islam yang murni bersumber dari ajaran Islam³¹

2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah

Pada dasarnya, selama tidak bertentangan dengan sumber utama dakwah Al-Qur'an dan Hadis, pesan dalam bentuk apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Ali Aziz menjelaskan bahwa pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (AlQur'an dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadis)³².

Istilah pesan dakwah dilihat lebih akurat untuk menjelaskan isi dakwah yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya. Diharapkan dapat memberikan apresiasi terlebih dalam perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah yang menjadi pesan dakwah. Jika melalui tindakan maka, perbuatan baik itulah yang menjadi pesan dakwah. Pesan dakwah dalam bahasa tutur merupakan bingkai budaya dalam masyarakat maksud nya jika kita menggunakan pesan dakwah untuk merubah seseorang menjadi lebih baik harus menggunakan bahasa dan tutur kata yang baik pula.

Semua pesan yang bertentangan dengan Al-Quran dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang

³¹ Jamaluddin Kahfi, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993), 35

³² *Ibid.*, 219

dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan menutip ayat Al-Quran sekalipun. Akan tetapi jika itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsu maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah³³

a. Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah kitab bagu umat muslim, Al-Quran sendiri juga adalah wahyu penyempurna bagi umat muslim. Karena seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Untuk melihat kandungan Al-Qur'an, kita bisa menelaah antara lain kandungan surat al-Fatihah, terdapat tiga bahasa pokok yang sebenarnya yang menjadi pesan pusat dakwah yaitu aqidah pada ayat 1-4, ibadah pada ayat 5-6, dan muamalah pada ayat ke-7, ketiga ayat itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam.

b. Hadits Nabi Muhammad SAW

Manusia banyak yang akan tersesat dan buta akan suatu kebenaran. Karena sudah tidak ada lagi ulama yang dijadikan panutan sebagai penuntun hidupnya. Semua hal yang berhubungan dengan Nabi Muhammad SAW meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya itu dinamakan hadits. Untuk melihat kualitas kesahihan hadits, tidak harus menelitinya secara sendiri. Pendakwah hanya perlu bagaimana cara mendapatkan hadits yang shahih serta dapat memahami kandungannya.

c. Pendapat Para Sahabat Nabi

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW pernah bertemu dan beriman keppadanya adalah sahabat Nabi

³³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 318

SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW ada yang termasuk sahabat senior (*khibar al-shahabah*) dan sahabat senior (*sighar al-shahabah*). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW hampir semua perkataan sahabat dalam kitab-kitab hadits berasal dari sahabat senior³⁴.

d. Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu Islam secara mendalam dan menjalankannya. Dengan pengertian ini, kita menghindari pendapat ulama yang buruk (*'ulama' al-su'*), yakni ulama yang tidak berpegang pada Al-Qur'an dan hadits sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya³⁵.

e. Hasil Penelitian Ilmiah

Sifat dari hasil penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya dapat berubah. Reflektif, karena ia mencerminkan realitasnya. Hasil penelitian bisa berubah oleh penelitian berikutnya atau penelitian dalam medan yang berbeda oleh sebab itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika³⁶.

f. Kisah dan Pengalaman Teladan

Menceritakan pengalaman seseorang atau kisah teladan rasul atau pribadi yang terkait dengan sesuatu masalah topik

³⁴ *Ibid*, 323

³⁵ *Ibid*, 323

³⁶ *Ibid*., 325

adalah sesuatu cara ketika mitra dakwah sulit untuk mencerna konsep-konsep atau kata kata dakwah yang sulit dimengerti. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, pada saat itu kita mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan pada kisah teladan rasul.

g. Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian peristiwa lebih ditonjolkan daripada pelakunya. Berita (kalam khabar) menurut istilah Ilmu al-Balaghah dapat benar atau dusta. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah. Dalam Al-Qur'an, berita sering diistilahkan dengan kata al-naba', yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti, dan membawa manfaat yang besar. Berbeda dengan kata al-khabar yang berarti berita sepele dan sedikit manfaatnya³⁷.

h. Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala perlu ditunjukkan dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu, dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Hampir setiap karya sastra memuat pesan-pesan bijak.³⁸

i. Nilai sastra

³⁷ M. Quraish Shihab, 2002 : XV: 6

³⁸ *Ibid.*, 328

Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijakan. Keindahannya menyentuh perasaan, sementara kebijakannya menggugah hati dan pikiran. Pesan yang bijak akan mudah diterima dengan perasaan yang halus. Orang yang tidak memiliki perasaan sulit untuk menerima kebijakan. Bukanlah ayat suci Al-Qur'an dan mengandung nilai sastra yang tinggi. Hati yang sedang sakit, seperti sombong, dengki, kikir, dan sebagainya sulit menerima kebenaran Al-Qur'an³⁹.

j. Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang sangat tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi non verbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengactu pada lamang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun. Jadi, bersifat subjektif.⁴⁰

3. Tema-Tema atau Isi Pesan Dakwah

Endang Saifuddin Anshari membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:⁴¹

1. Pesan Akidah adalah pondasi dasar dari ajaran agama Islam yang didalamnya memuat keyakinan serta kepercayaan kepada Allah SWT yang meliputi iman kepada Allah SWT., iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-Rasul Allah, dan iman kepada qadha dan qadar. Akidah seseorang dapat ditingkatkan dengan cara

³⁹ *Ibid.*, 329

⁴⁰ *Ibid.*, 330

⁴¹ *Ibid.*, 332

banyak bermuhasabah diri terhadap amalan amalan perbuatan yang telah dilakukan

2. Pesan Syariah, yang meliputi ibadah dalam arti khas (thaharah, shalat, assaum, zakat haji) dan muamalah dalam arti luas (al-qanun alkhas/hukum perdata dan al-qanun al-'am/hukum publik), yang menyangkut aktivitassemu aspek kehidupan seorang muslim, mana yang baik dilakukan dan yang tidak baik ditinggalkan. Singkatnya pesan syariat merupakan pesan yang berkaitan dengan aturan agama yang harus dipertanggungjawabkan. Pesan dakwah yang menyampaikan unsur syariat Islam harus dapat memaparkan atau menyampaikan informasi yang jelas dibidang hukum yang bersifat wajib, mubah (diperbolehkan), mandup (diperbolehkan), makruh (dianjurkan tidak dilakukan) dan haram (dilarang)⁴².

3. Pesan Akhlak, yang meliputi akhlak kepada al-khaliq dan makhluk (manusia dan nonmanusia). Pesan yang berkaitan dengan budi perkerti, tingkah laku, dan tabiat manusia.

Dalam Islam sendiri akhlak mempunyai kedudukan yang lebih tinggi di kehidupan manusia karena menyakung perbuatan dan tingkah laku seorang muslim.

4. Tujuan Pesan Dakwah

Telah disebutkan sebelumnya bahwa pesan dakwah terdiri dari ajaran Islam yang disampaikan oleh Rasulullah SAW kepada umatnya termaktub dalam Al-Quran dan Hadis Al-Quran maupun Hadis.

⁴² Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*., 27

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ (رواه مس)

“Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan maka dia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya” (HR. Muslim no. 1893)

Keutamaan dakwah di jalan Allah dan menunjukkan kebaikan kepada orang lain, baik kebaikan dunia atau akhirat. Orang yang menunjukkan kebaikan maka akan mendapatkan pahala seperti orang yang mengerjakannya. Amal yang bisa dirasakan oleh orang lain lebih besar manfaatnya dibandingkan amal yang manfaatnya terbatas untuk diri sendiri.

Hadits ini mencakup orang yang menunjukkan kebaikan kepada orang lain dengan perbuatannya, meskipun tidak dengan lisannya. Seperti orang yang menebarkan benih-benih yang bermanfaat, berakhlak mulia dan berpegang teguh atas syariat Islam agar manusia juga bisa meneladaninya dan mengamalkan nya dikehidupan sehari-hari. Dianjurkan seseorang untuk meminta kepada Allah agar menjadi teladan dalam kebaikan.

5. Karakteristik Pesan Dakwah

Karakteristik pesan dahwah memiliki 5 karakteristik. Karakteristik pesan dakwah tersebut adalah Mengandung unsur kebenaran, membawa pesan perdamaian, tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal, memberikan kemudahan bagi penerima pesan dan Mengapresiasi Adanya Perbedaan. Yg dijelaskan sebagai berikut :

a. Mengandung Unsur Kebenaran

Karakteristik pertama dan utama dalam pesan dakwah Islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikan. Berbeda dengan komunikasi dimana dalam prosesnya bisa mengandung unsur yang tidak benar atau

negative. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT, sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya *“kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu, sebab itu jangan jangan sekali-kali engkau ragu”* (QS Al-Baqarah (2): 147). Kebenaran yang bersumber dari Allah tersebut berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur’an. Jadi Al-Qur’an merupakan sumber kebenaran yang mutlak yang perlu disampaikan oleh da’i kepada manusia⁴³

b. Membawa Pesan Perdamaian

Sesuai dengan namanya Islam yang berkata dasar salam yang berarti damai. Perdamaian juga merupakan sebuah unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Seperti dalam mengucapkan *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh* yang artinya Semoga keselamatan, rahmat Allah, dan berkah-Nya tercurah kepada kalian. ketika bertemu orang atau ketika mengunjungi rumah sesama Muslim, dan hendaklah yang mendengarkan nya menjawab *Wa 'alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh* yang artinya Dan semoga keselamatan, rahmat Allah, dan keberkahan-Nya tercurah kepada kalian juga⁴⁴.

c. Tidak Bertentangan Dengan Nilai-nilai Universal

Pesan dakwah hendaknya disampaikan dalam konteks lokalitas dari mad'u yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan kegiatan masyarakat. Persoalan yang muncul kepermukaan ketika ajaran Islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari

⁴³ Abdul Basit, Filsafat Dakwah. (Jakarta : Rajawali Pers, 2013) , 142

⁴⁴ *Ibid.*, 143

Arab sehingga lokalitas “ke-Arab-an” menjadi sesuatu yang dianggap universal dan mesti diikuti oleh masyarakat di luar Arab. Seakan-akan Islam tidak memperhatikan perbedaan wilayah dan latar belakang masyarakat yang menjadi objek dakwah. Dalam hal ini kita perlu membedakan antara sumber dengan proses penyampaian dan pemaknaan pesan dakwah⁴⁵.

d. Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan

Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang dianjurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat Islam, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an *“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kemunkaran bagimu”* (QS. Al-Baqarah (2): 185). Memudahkan dalam pesan dakwah tidak diartikan memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat ulama fikih (melakukan taklifi). Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan 4 dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat Islam⁴⁶.

e. Mengapresiasi Adanya Perbedaan

Ada pengalaman menarik ketika ada seorang da'i menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dengan lantang dan penuh semangat. Materi yang disampaikan berkisar pada praktik keberagaman yang biasa dilakukan oleh kalangan nahdliyin. Da'i tersebut kurang mengenal mad'u dan kurang membaca situasi dimana jamaah tersebut berada. Ternyata jamaah yang diajak umumnya kalangan Muhammadiyah. Akhirnya, apa yang disampaikan oleh da'i tersebut kurang mendapatkan tanggapan positif dari para jamaah. Mereka hanya diam dan terkadang mengabaikan apa yang

⁴⁵ *Ibid.*, 143

⁴⁶ *Ibid.*, 144

disampaikan oleh da'i tersebut. Pesan dakwah memiliki berbagai jenis cara untuk menyampaikannya, seperti dengan cara sastra, dikarenakan lebih menarik dan indah. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Karya sastra memuat pesan-pesan bijak, harus berlandaskan etika, serta beriman⁴⁷.

B. Media Instagram

1. Pengertian Media Instagram

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan banyak jumlahnya.⁴⁸

Media juga adalah suatu perantara yang berfungsi sebagai alat untuk menyalurkan pesan dari suatu sumber kepada penerima pesan. Media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka atau privat. Dalam media yang bersifat privat biasanya hanya orang yang terhubung yang bisa melihat, mendengar ataupun membacanya sedangkan yang bersifat terbuka setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarkan. Media dalam komunikasi massa dibedakan menjadi 2 yaitu media cetak dan media elektronik.

Belum pernah dalam sejarah, manusia dapat menyebarkan gagasannya dan dapat menyampaikan pesan isi dakwah kepada banyak orang dengan cepat, atau memperoleh informasi sedemikian beragamnya sebelum ada surat kabar, film, radio, dan televisi, yang kemudian dikenal sebagai media massa. Selain

⁴⁷ *Ibid.*, 144

⁴⁸ Wahyu Ilaihi, M.A. *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 104

medi masa dikenal juga media antarpersonal yatu telepon, telegram, *e-mail* dan surat.⁴⁹ Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa⁵⁰.

Media sosial adalah sebuah media online, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi atau ikut serta, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dalam bahasa Arab, media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara. Sedangkan media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada objek dakwah⁵¹. Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, kegiatan dakwah dapat berlangsung meski tanpa media⁵².

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera *Polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “fotoinstan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti *Polaroid* didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat⁵³.

⁴⁹ Prof. Dr. Anwar Arifin *Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 87

⁵⁰ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, *Media Sosial* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015, 3

⁵¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004, 404

⁵² *Ibid.*, 403

⁵³ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012).,

Instagram juga merupakan sebuah aplikasi sosial media sebagai sarana mengunggah foto maupun video. *Instagram* cenderung berbeda dengan jejaring sosial yang lain seperti *facebook*, *twitter*, dan berbagai macam media sosial lainnya. Karena pada umumnya, media sosial *instagram* terbatas hanya dapat mengunggah foto beserta tulisan-tulisan yang terdapat di dalam gambar/foto tersebut. Tulisan itulah yang merupakan pesan yang akan disampaikan kepada orang lain. Berbeda dengan *facebook* maupun *twitter* yang biasanya penggunaanya tidak hanya mengunggah foto tetapi juga bisa menulis kalimat yang mereka suka tanpa harus mengunggah foto terlebih dahulu. Tetapi sekarang media sosial seperti *facebook*, *youtube*, *whatsapp* mempunyai fitur *instastory* seperti *instagram*, namun berbeda-beda dalam menyebutnya sesuai dengan aplikasi yang digunakan.

Terlepas dari kegunaan *instagram* itu sendiri. Ternyata tidak sedikit pula, aktivis-aktivis dakwah yang menjadikan *instagram* sebagai media dalam berdakwah. Untuk memenuhi unsur dalam aktifitas dakwah tersebut, tulisan-tulisan atau kata-kata yang terdapat di dalam gambar tersebut merupakan pesan dakwah, pemilik yang mengunggah didalam akun dakwah tersebut disebut da'i, dan mad'u nya adalah para pembaca atau pengikut akun tersebut. Media nya dalam bentuk jejaring sosial *instagram* dan metode dakwahnya adalah kalimat ajakan atau kalimat yang mengandung dakwah yang terdapat pada unggahan tersebut, lalu efek dakwah nya adalah dapat memotivasi seseorang atau mengaja seseorang untuk berubah tanpa memaksanya, semua itu tergantung pada pengguna nya untuk memanfaatkan teknologi informasi pada masa sekarang.

Dengan demikian itu berdakwah pada masa sekarang ini dapat dilakukan dengan apa saja dan dimana saja. Dakwah juga dapat dilakukan dengan berbagai macam media, baik itu media

auditif, visual, maupun audio visual. Seperti televisi, radio, majalah atau buku, lagu maupun internet.

2. Fitur-Fitur Instagram

Didalam instagram juga memiliki berbagai fitur diantaranya sebagai berikut :

a. *Followers* atau Pengikut

Arti followers di Instagram adalah pengikut, yaitu orang yang mengikuti suatu akun di Instagram, jadi bila akun tersebut memposting sesuatu di Instagram, baik itu video atau foto, maka followersnya lah yang pertama yang akan melihatnya ketimbang yang bukan followersnya.

b. *Following* atau Mengikuti

Following adalah orang yang mengikuti akun tersebut di Instagram, atau kebalikan dari *followers*. Bila seseorang *memfollows* suatu akun, maka seseorang tersebut akan jadi *followers* akun tersebut, nanti di beranda Instagram akan muncul foto atau video akun tersebut.

c. *Post*

Fitur dimana pengguna dapat mengetahui berapa banyak umlah postingan yang sudah di unggah oleh akun.

d. *Home*

Tempat dimana semua postingan yang di unggah oleh akun yang di ikuti oleh pengguna.

e. *Direct Message*

Direct Message sediri seperti aplikasi chatting, bisa mengirim pesan ke sesama pengguna Instagram dan bersifat *private*.

f. *Explore*

Menampilkan unggahan yang terfavorit atau unggahan yang banyak dilike oleh akun yang diikuti pengguna. Dan terdapat papan *search* untuk mencari akun, lokasi atau tagar yang akan pengguna cari.

g. Kamera

Lewat Instagram pengguna tidak hanya dapat mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit dan memberikan *caption* baru membagikannya.

h. Editor

Instagram juga punya *tool editor* yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk mengedit foto yang dibidik lewat kamera *handphonenya*. Di sini akan dijumpai 10 *tooleditor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras serta. Di *update* terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan *portrait* dan juga *landscape*. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

i. *Hashtag atau Tag*

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, *Instagram* juga punya fitur *hashtag* dan *tag* yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

j. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah.

k. *Like*

Sebuah tombol yang jika digunakan menandakan pengguna menyukai unggahan tersebut.

l. *Comment*

Sebuah tempat dimana pengguna dapat menanggapi unggahan yang di posting oleh akun tersebut.

m. Integrasi ke Jejaring Sosial

Instagram juga memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti

Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila pengaturan ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis *Instagram* juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

3. Fungsi, Manfaat dan Tujuan Media Instagram

Secara umum, fitur Instagram dianggap terbatas pada interaksi sosial, berbagi foto dan video, dan meningkatnya popularitas banyak teman atau pengikut. Fungsi dan manfaat *Instagram* itu sendiri adalah, *Instagram* dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain⁵⁴. *Instagram* juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya.

Terlepas dari fungsi dan manfaat *Instagram* itu sendiri. Ternyata tidak sedikit pula, aktivis-aktivis dakwah yang menjadikan *Instagram* bertujuan sebagai media dalam berdakwah. Untuk memenuhi unsur dalam aktifitas dakwah tersebut, tulisan-tulisan atau kata-kata yang terdapat di dalam gambar tersebut merupakan pesan dakwah, pemilik yang mengunggah di dalam akun dakwah tersebut disebut da'i, dan mad'u nya adalah para pembaca atau pengikut akun tersebut. Media nya dalam bentuk jejaring sosial *Instagram* dan metode dakwahnya adalah kalimat ajakan atau kalimat yang mengandung dakwah yang terdapat pada unggahan tersebut, lalu efek dakwah nya adalah dapat memotivasi seseorang atau mengaja seseorang untuk berubah tanpa memaksanya, semua itu tergantung pada

⁵⁴ Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" Kompetensi, Vol. 11, No. 2 (2017) h. 223

pengguna nya untuk memanfaatkan teknologi informasi pada masa sekarang.

Dengan demikian itu berdakwah pada masa sekarang ini dapat dilakukan dengan apa saja dan dimana saja. Dakwah juga dapat dilakukan dengan berbagai macam media, baik itu media auditif, visual, maupun audio visual. Seperti televisi, radio, majalah atau buku, lagu maupun internet.

DAFTAR RUJUKAN

- Acep Ariffudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Ali Aziz Moh, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2004.
- Anas, Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. Semarang: Pustaka Rizki Putra. 2002
- Ansory, Isn'an. *Hijrah Dalam Perspektif Fiqih Islam*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing. 2020.
- Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011
- Ardial, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014
- Cangara, Hafied. *Pengertian Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1998.
- Dwi Atmoko, Bambang. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita. 2012.
- Enjang & Aliyudin, *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran. 2009
- Gun Gun Heryanto dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*. Cetakan Ke-1 Yogyakarta: Trustmedia Publishing. 2017.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung, Remaja RosdaKarya. 2010.
- Kafi, Jamaludin. *Psikoligi Dakwah*. Surabaya: Indah. 1997.
- Maryani, Eni. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2011
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015

Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*. Cetakan Ke-1 Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2015

Prastowo, Andi. *Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media, 2016

Sulianta, Feri. *Konten Internet*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo. 2007

Saidah, Dwi, *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2015

Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta. 2015

Tasmoro, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 1997.

JURNAL

Witanti Prihatiningsih “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja” *Jurnal Comunnication* VIII, No. 1, (2017) <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/651/543>

Ida,Suci,Mega,Tias “Pengaruh Budaya Korea (K-POP) Terhadap Remaja Dikota Cirebon” *Jurnal Comunnication* Vol.1 No.1 (2019) <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460>

Muhammad Fauzy Emqi “Pengaruh Drama Korea Dengan Rasa Syukur Dan Kepercayaan Diri” *Jurnal Ilmu Humaniora* Vol 2, No.1 (2018) <http://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>

Rosmalina,Zulfikar “Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah di Media Sosial Instagra” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol.10 No. 2 (2019) <http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi>

Wilga,Nunung,Meilanny “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja” *Jurnal Komunikasi* Vol 3, No. 1, (2015) <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/download/13625/6455>

